

Kultúrne pozadie českých a slovenských jazykových inovácií

(na materiáli neologizmov a okazionalizmov)

OLGA ORGOŇOVÁ (BRATISLAVA)

V kognitivisticky ladených úvahách o jazyku sa vníma jazyk nie výlučne inštrumentálne ako nástroj na dorozumievanie a myslenie, ale v súvisi s ľudskou kognitivitou sa zdôrazňuje súčasne aj jeho kultúrna ukotvenosť a sociálna povaha. Obe tieto dimenzie participujú na formovaní špecifickej, spoločnosťou determinovanej a zároveň kolektívnymi normami akceptovanej interpretácii sveta. Štúdiom jazyka spätého s „kolektívnou mysl'ou“, čiže s **kultúrou** (porov. Vaňková, 2005, s. 35) smeruje k rekonštrukcii tzv. jazykových obrazov sveta, k vzájomnému porovnávaniu, sledovaniu premien v súvislosti s premenami života daného spoločenstva a pod. V prepojení týchto východísk uvažovania o jazyku (a jeho špecifických súčasti) s tézami o prirodzenej kategorizácii sveta treba okrem iného zdôrazniť, že centrum **jazykového obrazu sveta** sa opiera o kolektívnu skúsenosť nositeľov jazyka primárne z bežnej každodennej komunikácie, ktorá má postavenie „*prototypovej sféry*“. Blízko tejto sféry je situovaná sféra estetického pôsobenia, ktorá stimuly z recepcie reprezentatívnej bežnej sféry transponuje (mikovsky povedané „ikonizuje“) do beletristického šatu. Vzdialenejšie umiestnenie voči naznačenému prirodzenému prototypu bude potom zaberat' zreteľne viac reflexívna než spontánna sféra vedy či širšie odbornej komunikácie a osobitné postavenie v tejto konfigurácii komunikačných sfér a ich reprezentatívnych komunikátov bude napokon patriť sfére s persuzívnym zameraním, s ktorou sa spája masmediálna komunikácia vrátane reklamy. Konštrukt takejto „neopozícienej“ graduálnej hierarchizácie typov a sfér komunikácie nadväzuje nielen na kognitivistické podnety s etnolingvistickou orientáciou, známe v slovanských lingvistikách posledných rokov z českých prác kolektívu okolo I. Vaňkovej či z poľských prác Anusiewicza (1994) a iných (Vaňková, 1999), ale aj na sociolingvistické práce o fungovaní istých variet národného jazyka zodpovedajúcich sociálnej stratifikácii používateľov, ako to ukazuje Bosák

(1995; 2005). Z načrtnutej schémy typov a sfér komunikácie a im prislúchajúcich podjazykov sa plasticky ukazuje, že kým od prototypu vzdialenejšie sféry evokujú možnosť rozsiahlejšej intencnej modifikácie (až manipulácie) obrazu sveta – porovnaj jazyk médií a reklamy (Orgoňová, 2004; Orgoňová –Maliková, 2005; Orgoňová – Bohunická, 2006), prototypická sféra bežnej komunikácie a jej výrazový aparát evokuje spontánnosť jazykovej práce príslušníkov celonárodného jazykového spoločenstva. Tá má sklon k preferovaniu „praktických“ pomenovaní, akými sú napríklad krátke jednoslovné jednotky (*kreditka, kontúrka, holobyť*) a abreviatúry (*VÚC / vúcka, ZMOS / zmoska, CLIP / clipko, PIN / pinko*), funkčné a spravidla do istej miery adaptované výrazy cudzieho pôvodu, sémanticky transparentné slovotvorne motivované pomenovania (nezriedka pôvodom hybridné: *sendvičovač, teleplatba, technotanečnica*) a pod. V tejto štúdii sa zameriavam na prirodzenú kategorizáciu a interpretáciu nových výrazových prostriedkov prevažne spontánnej bežnej komunikácie, sčasti aj jej beletristickej transpozície, prípadne okrajovo – kvôli adekvátnejšiemu priblíženiu sa k reálnej stratifikácii – aj profesijnej komunikácie. Uvedené stráty reflektujú mimojazykovú dynamiku súčasného života Slovákov a Čechov po tzv. zamatovej revolúcii. Keďže tento prístup metodologicky preferenčne akcentuje prirodzenosť v triedení naznačeného jazykového materiálu, nižšie naznačené kategórie produktov lexikálnych inovácií (**okazionalizmov a neologizmov**) majú neostré hranice, ráta sa s možnou prestupnosťou hraníc kategórií a tiež s flexibilitnosťou samotného materiálu v zmysle jeho viacfunkčného uplatnenia ako nezriedka polysémických, prípadne polyformantných výrazov.

Materiál **lexikálnych neologizmov**, čiže „**absolútnych neologizmov**“ – **novotvarov** (nových foriem označujúcich novú reáliu či nový pojem, napríklad *provzdušňovač trávniků, hacker, napalovačka, modem, francúzska manikúra*), **neosémantizmov** (nových významov už známych pomenovaní ako *tunel(ovanie)* = „rozkrádanie štátneho majetku“) či **okazionalných lexikálnych inovácií** (*hůlkomanie* = „nadmerná, módna oblúba českého speváka D. Hůlku“, *mikivláda* = „vláda M. Dzurindu“, *metlobal* = „športová disciplína v knihe J. C. Rowlingovej *Harry Potter*“,...) vnímam ako isté „inovačné kontinuum“. Ide o škálu časovo príznakových prostriedkov, ktoré sú graduálne usúvztážňované voči časovo nepríznakovému aparátu lexikálnych prostriedkov v súlade s mierou „uzualizácie“ (t. j. vystupňovanej stabilizácie až po hranice „kánonizácie“ ako systemizácie na jazykovej úrovni) signalizovanej jazykovou praxou society. V takto zamýšľanom inovačnom kontinuu vyčleňujem niekoľko pracovných kategórií neologizmov v širokom zmysle, kde na jednom pomyselnom póle figu-

rujú „čisté“ (prototypické) okazionalizmy s jedinečným či ojedinelým uplatnením, na druhom prototypické neologizmy s vysokým stupňom uzualizácie ako „potrebne“, celonárodne známe, v každodennej komunikačnej praxi dlhší čas vysoko frekventované – pritom nie nutne ošúchané – označenia nových kultúrnych reálií či pojmov, a to dôstojných, hodnotných i nelichotivých (*počítačová gramotnosť, rýchly internet, domáce kino*, ale aj výrazy ako *výpalník, organizovaný zločin, sexuálne obťažovanie* a pod.). Hoci v súvisi s novými výrazmi nemožno exaktne a jednoznačne prognózovať, ktoré z takýchto prostriedkov sa po istom čase natrvalo zakorenia v systéme jazyka a z doterajších empirických štatistík sa zistilo len, že definitívne sa kanonizuje a nájde uplatnenie vo výkladovom slovníku približne 60% inovácií lexiky (Martincová, 2004, s. 14), na teoretické vymedzenie prototypických okazionalizmov jestvuje dostatok informácií (Liptáková, 2000, s. 15 n.). Na ich pozadí možno bez problémov vyprofilovať prvú naznačenú kategóriu prototypických okazionalizmov v sledovanom kontinuu. Patria do nej prostriedky typické pre bežnú, umeleckú, ale aj publicistickú (najmä bulvárnu) či politickú komunikáciu, vyznačujúce sa absolútne platnou vlastnosťou relatívne vysokej expresivnosti, nominačnej „nepotrebnosti“ (fakultatívnosti), závislosťou od kontextu či príslušnosťou k reči. Do istej miery sa na tieto jednotky viažu i ďalšie podporné parametre ako slovotvorná motivovanosť, nereprodukovanosť, funkčná jednorazovosť, individuálna príslušnosť... Dôležité je profilovanie okazionalizmov voči systémovo nosným (languovým) jednotkám. Pokiaľ ich nevnímate výhradne ako výsostné objekty domény beletristickej prezentácie autorského (prípadne prekladateľského) idiolektu, ale skôr ako jednotky spontánnej uvoľnenej štandardnej až subštandardnej komunikácie kolektívu „normálnych“ používateľov, možno ich v súlade s Lopatinom považovať nie za akési „kapriciózne“ či anomálne prostriedky, ale naopak – za výrazy v určitých kontextoch potrebnéjšie, sémanticky komplexnejšie a emocionálne nasýtenejšie než neutrálne náprotivky (Lopatin, 1973, s. 65 – 69). Tu na ilustráciu spomeňme najskôr prostriedky fiktívnej projekcie sveta v umeleckých textoch, ako ich nachádzame povedzme v komiksoch *Šmolkovia / Šmoulové*, ktoré sú síce zbavené informačnej či poznávacej dimenzie, zato sú pôvabným príkladom gramatickej „systémovosti“ či slovotvornej kreativity v službe hry: v komikse totiž kľúčové slová bezo zvyšku obsahujú koreň „šmol- / šmolk-“, : porov. názov osoby (aj apelatívny): *šmolkonferenciér*, názov časopisu *šmolopis*, názov rieky *Šmolkava*, adjektíva *šmolkovský (prírodopis)*, *šmolkovníková (omáčka)*, *šmolkastické (vystúpenie)*, dejové názvy *odšmolkovať, našmolkovať, šmolknúť (=pomôcť)*, dokonca aj nadávky

Šmolifix! či celé repliky s nádychom odbornosti: porov. definíciu *Štvorec nad prešmolkou sa rovná súčtu štvorcov nad odšmolkami*. Podobné čaro s dimenziou obohacovania verbálnej komunikácie o esteticky pútavé prvky majú novšie okazionalizmy v bestselleri *Harry Potter* (názvy postáv napríklad *mukel*, *šmukel*, názvy športu *metlobal* a jeho hráčov a náležitosti: *triafač*, *odrážač*, *stíhač*, *strážca*, lopty *prehadzovačka*, *dorážačka*, *ohnivá strela*, názvy cukríkov *štikútavé cukríky*, *šumivé bzučalky*, *zamdlievačky*, *vracačky*, *horúčkovky*, *jazykoplazé karamelky*, *fazuľky všetkých chutí*,... a množstvo ďalších pomenovaní apelatív i proprií).

Pravda, vzhľadom na centrálnu „normálnu“ bežnú komunikáciu budú v kategórii okazionalizmov komunikačne relevantnejšie výrazy spoza umeleckých textov, teda výrazy pomenujúce skutočné kultúrne realie v širokom chápaní¹ a uplatňované v štandardnej až subštandardnej, často ústnej, neumeleckej komunikácii (porov. napríklad komerčné rádiá ako *Fun Rádio na Slovensku*). Tu možno na pozadí sledovaného materiálu sledovať istú dobovo podmienenú platnosť expresívnych (nezriedka depreciatívnych) výrazov ako zrkadlenia aktuálne dominantných „symbolov“ society v politike, športe, vede a pod., ktoré sa často odvodzujú od vlastných mien osobností, prípadne od iných proprií či ich príľahlých znakov: porov. slovenské výrazy *vladovláda*, *mikivláda*, *ficovláda*, *slotalita*, *Monsterovci – Chruňo a Mora*, ...; české jednotky *klausizmus*, *klauzovize*, *odklausovaní*, *zkrýlovatět*, *znovizovat*, *jágramanie*, *diblikoidní*, *modroptáčník* (= člen ODS; slovník *Nová slova v češtině 2* (2004) uvádza aj synonymum *ptákostraník*), *Winternet* (= „podľa J. Wintera, publicistu propagujúceho internet“). Hoci, ako vidno v prípadoch blízkyh poslednej ukážke, sémantika takýchto prostriedkov nie je vždy transparentná, v typických prípadoch je skôr silne kontextovo podmienená, pri istom kultúrnom rozhlade v česko-slovenskom teritóriu možno viac-menej dospieť k fokalizácii zmyslu výpovedí s takýmito výrazmi. Vzhľadom na časovú perspektívu výrazov tejto triedy možno vcelku zovšeobecnene konštatovať, že tieto jednotky sa neustália v systéme, ale skôr ako by sa mohli neutralizovať, preniknú priamo do kategórie periférnych historizujúcich sa výrazov v súlade s reštruktúraciou (= zánikom) sociálnych rol osobností ako motívantov týchto charakterizačných pomenovaní. Osobitnú interpretačnú kompetenciu v zmysle nadnárodnej (interkultúrnej) orientácie vo svete si však aj v momente jestvovania či platnosti sociálnej roly „motivantov“ vy-

¹ Kultúru chápem v súlade so Z. Salzmannom ako systém noriem naučeného správania ľudí, ktorý zahŕňa verbálnu zložku, t. j. jazyk a neverbálnu zložku, čiže produkty poznávania, duchovné a hodnotové orientácie a materiálnu kultúru späť s praktickými zručnosťami (Salzmann, 1997, s. 97).

žadujú výrazy založené na motivácii vlastnými menami zahraničných osobností či inými reáliami: porov. české okazionalizmy *Putinochet*, *blairizace*, *lepenistický* či názov v našich kinách aktuálne prezentovaného filmu *Karcoolka*.

Osobitne vymedzujem kategóriu s prítmenou personálnou motiváciou či jedinečnou kontextovou determináciou, teda kategóriu pomenovaní uchopujúcich s nadmerným expresívnym nábojom širšie výseky spoločenskej či kultúrnej (duchovnej a materiálnej) reality s dlhodobším vplyvom na etnikum. Ide o pomenovania reagujúce napríklad na nové, najmä duchovné hodnoty spoločnosti, často nepôvodné (globalizačné), a teda do istej miery dráždivé. Dobrými príkladmi sú výrazy typické pre intelektuálnu lexiku („-izmy, -izácie, -ácie, -mánie, -filie...“), pravda, v sociálnej stratifikácii národného jazyka vďaka silne negatívne (depreciatívne) emocionálno-hodnotiacemu sémantickému komplementu pôjde o jednotky typické pre pásmo subštandardu, nie pre potenciálne normou či kodifikáciou akceptované výrazy. V centre kategórie sú české výrazy (rovnako aktívne uplatňované aj v slovenčine) ako *mcdonaldizace*, *hamburgerizace*, *hypermarketismus* / *hypermarketománie*, *disneylandizace*, *hollywoodizace*, *internetofilie*, *potterománie*, teda akési verbálne „symboly“ *makaronizácie* kultúry. Subkategóriou tejto (kvázi)intelektuálnej lexiky sú výrazy vulgarizované ako *vlezdozadkizmus* či miernejšie *jánapřátelizmus*, *jakobyamatérizmus*, ktoré uvádza vo svojej štúdii o abstraktnej lexike J. Světlá (Světlá, 2005), respektíve slovník *Nová slova v češtině 2* (2004). Do istej miery môže ísť aj o viac formálnu než obsahovú „problémovosť“, keď sa v slovenčine a češtine vyskytuje skupina cudzích výrazov (spravidla anglicizmov), ktoré majú „ekonomicky“ porovnateľné a sémanticky rovnocenné domáce ekvivalentné náprotivky: *talk show* = diskusná relácia², *come back* (*športovca*) = návrat na scénu. V tomto pásme vidím miesto aj pre domáce jednotky ako prostriedky neoficiálnej ústnej komunikácie: porov. v češtine krátke slovesá ako *botičkovať* („nasazovať botičky na kola aut“), podobne *karatovať*, *cyklistikovať* či slovtvorné varianty z oblasti bežnej slangovej komunikácie: (*na*)*konektit se*, *zawapovat si*, *snowboardit*, *hacknout*; v slovenčine pôjde o kongruentné formy s malou graficko-zvukovou alternáciou, napríklad v pozícii morfémy *-nou-* → *-nú-*: *hacknúť*, *upgradnúť*, *forwardnúť*,... ale aj *zazipovať* (skomprimovať súbor), alebo tiež také-

² Pravda, v analogickom rade pomenovaní nepôjde o hodnotovo rovnocenné jednotky evokujúce rovnaké postoje používateľov, konkrétne v škále „shows“ od *peep show* a *lesbshow* cez *reality show* po *activity show* sa miera sociálnej „nevhodnosti (amorálnosti či konzumnosti)“ samotnej importovanej mediálnej realie obmieňa, respektíve v konkrétne uvedenej postupnosti sa prítmuje.

to slangové označenia istých „bežných“ (neodborných) označení osôb, vecí, pojmov: v češtine napríklad *salámista* (í v slovenčine), *pohodář*, *závislák*, *neschopa*, *graffiták*; *bejvalka* („bývalá partnerka“), *odloženka* („opustená žena“), *jazzůvka* („jazzová skladba“), v slovenskom materiáli napríklad *homelesák*, *pushupka* / *pušapka*, *tangáče*, *depka*.

Samostatnú triedu, respektíve paralelnú sieť tried, reprezentujú prostriedky socioprofesijne väčšmi ohraničenej komunikácie, ktoré spadajú do pásma „neoficiálnej“ (primárne ústnej) profesijnej komunikácie. V tomto kontexte ide o prostriedky stabilizované, výhodou je aj ich ekonomickosť (krátkosť), ich nevýhodou je len ohraničené používanie (a zrozumiteľnosť) v rámci príslušnej expertnej či záujmovej komunity. V oblasti informatiky či telefónie možno na ilustráciu siahnuť po slovách ako *železo* (hardvér), *comp* (počítač), *fitka* (fakulta informatiky a telekomunikácií), *ramka* (druh počítačovej pamäti), *wifina* (bezdrôtová počítačová sieť), *lanka* (lokálna počítačová sieť), *webka* (webkamera), *šiftnúť* (posunúť dáta, obrázok, okno a pod.), *infrák* (infraport), *wapko* (wapsystém = „bezdrôtový aplikačný protokol“), v češtine sú osobitne doložené z počítačarskeho slangu napríklad názvy osôb ako *applista* / *macista* / *mekar* / *macar* (používateľ počítača firmy Macintosh), ale aj *browsič* (= „surfista“ – ten, kto „listuje“ / prechádza webové stránky).

Zostávajúca trieda neologizmov „v užšom zmysle“ ako nových slov (**formálnych neologizmov**) alebo aspoň významov (**neosémantizmov**) predstavuje centrálny register lexikálnych inovácií s perspektívou dlhodobého uplatňovania (uzualizácie až systemizácie). Sú to výrazy, ktoré primárne uspokojujú komunikačnú či poznávaciu potrebu, označujú nové reálie, pojmy, poznatky v súlade s dynamickými pohybmi v mimojazykovej realite. Pravými, teda „potrebnými“ absolútnymi neologizmami sú výrazy, kde dochádza k nevyhnutnému vytvoreniu alebo importovaniu formy na označenie nového pojmu. Tak povedzme aj v prípade zdanlivo synonymného prostriedku *casting* „konkurujúceho“ príbuznému reťazcu slov „konkurz – výberové konanie – tender“ ide o nenahraditeľný prostriedok pomenúvajúci špecifický druh výberového konania, a to výlučne do šoubiznisu a modelingu. Konštrukčne môže ísť o výrazy (skratky, značky, ich kombinácie so slovnými jednotkami, jednoslovné pomenovania, viac-slovné pomenovania i frazémy) domáce i cudzie, prípadne o ich hybridy, najmä v prípade zloženín. Všimnime si: abreviatúry či univerbáty ako *PC*, *DVD*, *MMS*, *hitovka* (1. hitová skladba, 2. módna vec), *fit(nes)ko* (fitness centrum) – v češtine i slovenčine; kombinované skratkovo-neskratkové výrazy: *DVD disk*, *ABS systém*, *e-learning*, *i-reklama*. Hoci viacslovné výrazy idú proti ekonomickosti (najmä ústneho) vyjadrovania, aj v novom

lexikálnom materiáli majú svoje zastúpenie v označovaní i bežne používaných citovo neutrálnych výrazov: porov. *počítačový pirát, vtáčia chripka, penzijné pripoistenie* zdokladované v adekvátnej kongruentnej forme i v češtine, podobne ako v oboch jazykoch aktívne uplatňované viacslovné frazémy *prát špinavé penize / prat' špinavé peniaze* či *dělat mrtvého brouka / robiť mŕtveho chrobáka*. Vzhľadom na frekvenčné parametre O. Martinová v najnovšej publikácii o neologizmoch *Neologizmy v dnešnej češtině* (2005) zisťuje na parolovej úrovni, že v kategórii substantívnych neologizmov majú prominentné uplatnenie niektoré slová s extenzívnym významom, ako *centrum, studio, salon, park, servis, karta*. Tie sú najproduktívnejšími určenými členmi pomenovaní (napríklad pri slove *karta: platební k., kreditní k., debetní k., úvěrová k., parkovací k., k. zdravotního pojištění*). To bez rozdielov platí aj v slovenčine. Pri jednoslovných absolútnych neologizmoch sú veľmi frekventované v oboch jazykoch hybridné kompozitá ako isté spojnice medzi jednoslovnosťou a „nadslovnosťou“: *webstránka, pornočasopis, etnohudba*. Ďalšou špecifickou črtou kompozitných (polokompozitných) novotvarov v oboch jazykoch je produktívne uplatňovanie pomenovaní evokujúcich špecifickými zložkami či radixoidmi vysokú amplifikáciu či intenzifikáciu obsahu, prípadne ich opak: ide o výrazy ako *supercena, megahviezda, multikino, topmodelka, ultrapravica, maxibalenie, batmanofília, potterománia,...*, čo istým spôsobom vypovedá o „intenzite“ novodobého spôsobu života vneseného aj do českého a slovenského kultúrneho kontextu, kde sa všetko prežíva naplno, buduje i nakupuje vo veľkom objeme i vo veľkom priestore a všetko by malo mať „topkvalitu“, čo sa, pravda, nie vždy celkom darí. V českej i slovenskej neológii sa venuje pozornosť aj neosémantizmom, ktoré sú produktami polysémizácie už jestvujúcich „starších“ pomenovaní a kontinúálne dotvárajú obraz o prirodzenosti jazykového správania komunikantov (aj ako tvorcov pomenovaní). Jazyková kreativita ako kódovaná artikulácia reality totiž nadväzuje na myslenie (porov. antické úvahy o štylizácii: *inventio* = objavenie myšlienky → *dispozitio* = rozvinutie myšlienky → *elokutio* = jej jazykové stváranie,...). a – ako to vidno na rôznych jazykoch – človek nemyslí v algoritmoch, ale metaforizuje si okolitý svet jeho pripodobňovaním k známym modelom: osobám, zvieratám či veciam. Tento spôsob kategorizácie mimojazykového sveta vysvetľuje v jazykovom stváraní prítomnosť metafor či metonymií naprieč celým spektrom pomenovaní rôznych vrstiev národného jazyka či rôznych štýlov príznakového i nepríznakového vyjadrovania. Preto aj v neologizačnom procese v češtine i slovenčine je frekventovane zastúpené tvorenie nových obrazných významov každodenných i odborných reálií: preto napríklad

vešíame texty či iné dáta na web, surfujeme po internete a sťahujeme si z neho dáta, rozsiahle dátové súbory *zip(s)ujeme*, aby sa nám softvér *nepreťažil* a *nezrútil*. Nepotrebné súbory hádzeme *do koša*, informácie prenášame z počítača na počítač *médiami*, medzi nimi na *klúči*, počítače majú *pamäť* a obsluhujeme ich *myšou*. Tieto sofistikované mechanizmy sú však „zraniteľné“: občas *zamrzajú* či *dostávajú virusy* a prenikajú do nich *piráti*.

Záver

Vo všeobecnosti nový lexikálny materiál v slovenčine a češtine dokumentuje do veľkej miery spoločné prejavy dynamiky technického, ekonomického, duchovného a iného rozvoja našich nielen geograficky blízkych krajín. Kým stabilnejšia, systémovo ukotvenejšia nová formálne kongruentná lexika sa osobitne v „prirodzenom“ centrálnom „podjazyku“ (strate) národných jazykov na úrovni bežnej komunikácie vo veľkom rozsahu sémanticky prekrýva, nestabilná, efemérnejšia okazionálna lexika zreteľne odráža subjektivnosť motivujúcich mimojazykových „lokálnych“ stimulov i jedinečnosť tvorivých ambícií autorov. Tak by sme darmo v slovenskom kontexte hľadali *zmysluplnosť modroptáčnikov* či *klausovizi* a v Čechách *zas fícovládu* alebo *Monsterovcov*. Diferencovanosť českých a slovenských okazionalizmov ako prostriedkov bezekvivalentnej lexiky totiž priamo úmerne závisí od teritoriálnej ohraničenosti „idioetnických“ reálií, ich etnokultúrnej platnosti či hodnoty, aká je im pripisovaná príslušnými etnikami. Pravda, rešpektujúc tieto lexikálne osobitosti našich jazykov odkrývané vďaka rozšírenému záberu na parolovú lexiku, nemožno zabúdať ani na známe systémové interferencie platné rovnako v staršej lexike (porov. Dolník, 2003) ako aj v neologickom materiáli. Preto darmo by sme analogicky očakávali vedľa českej formy *browsič* (surfista po internete) akési slovenské kongruentné pomenovanie **brusič* – iba ak v slovenskom sémantickom vymedzení „šlajfiar“, čiže ostrič nožov a podobných predmetov. Nulovou ekvivalenciou sa vyznačuje, povedzme, aj obsah medzijazykových homoným *harašit* (= české „sexuálne obťažovať“) a *harašiť* (= slovenské 1. „štrkať, hrmotat“; 2. „mať pomätené zmysly“).

Literatúra

- Anusiewicz, J.: *Lingwistyka kulturowa. Zarys problematyki*. Wrocław, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 1994. 184 s.
- Bosák, J.: *Sociolingvistická stratégia výskumu slovenčiny*. In: Sociolingvistické aspekty výskumu slovenčiny. Sociolinguistica Slovaca. Bratislava, Veda 1995, s. 17 – 42.
- Bosák, J.: *Dynamika subštandardov*. In: Studia Academica Slovaca, 34. Bratislava, Stimul 2005, s. 21 – 28.
- Dolník J.: *Lexikológia*. Bratislava, Vydavateľstvo UK 2003, 236 s.
- Kišová-Bakošová, J.: *Neologizácia a neologizmy v súčasných jazykoch*. Diplomová práca. Bratislava 2006. 151 s.
- Liptáková, Ľ.: *Okazionalizmy v hovorenej slovenčine*. Prešov, Náuka 2000. 146 s.
- Lopatin, V. V.: *Roždenije slova. Neologizmy i okazional'nyje obrazovani-ja*. Moskva, Nauka 1973. 152 s.
- Martincová, O. a kol.: *Neologizmy v dnešnej češtině*. Praha, Ústav pro jazyk český 2005. 248 s.
- Nová slova v češtině. Slovník neologizmů*. Kolektív autorov pod vedením Olgy Martincovej. Praha, Academia 1998.
- Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 2*. Kolektív autorov pod vedením Olgy Martincovej. Praha, Academia 2004. 568 s.
- Orgoňová, O. – Bakošová, J.: *Adaptácia neologizmov ako jeden z aspektov ich včleňovania do systému slovenčiny*. In: Studia Academica Slovaca. Bratislava, Stimul 2005, s. 65 – 102.
- Orgoňová, O. – Bohunická, A.: *Jazykový obraz Slovenska na báze reklamy*. In: Studia Academica Slovaca, 35. Bratislava, Stimul 2006, s. 75 – 89.
- Orgoňová, O.: *Jazyk tlačenej slovenskej reklamy. Od afektívnosti stimulu k efektívnosti reakcie*. In: Aktuální slovakistika. Brno, Ústav slavistiky Filozofické fakulty Masarykovy univerzity 2004, s. 147 – 168.
- Orgoňová, O. – Maliková, V.: *Jazykové variácie súčasného reklamného textu. Teória a sociolingvistický prieskum*. In: Česká a slovenská slavistika na počátku 21. století. Brno, Ústav slavistiky Filozofické fakulty Masarykovy univerzity 2005, s. 171 – 188.

- Salzmann, Z.: *Jazyk, kultura a společnost. Úvod do lingvistické antropologie*. Přeložili Z. Hlavsa, J. Hlavsová, V. Šatavová. Praha, Ústav pro etnografii a folkloristiku AV ČR 1997. 212 s.
- Staněk, V.: *Okazionalismy v současné české publicistice*. Naše řeč 85, 2002, č. 1, s. 57 – 67.
- Světlá, J.: *Nová abstraktní pojmenování*. In: Neologizmy v dnešní češtině. Praha, Ústav pro jazyk český 2005, s. 54 – 67.
- Vaňková, I. a kol.: *Co na srdci, to na jazyku. Kapitoly z kognitivní lingvistiky*. Praha, Karolinum 2005, 344 s.
- Vaňková, I.: *Člověk a jazykový obraz (přirozeného) světa*. Slovo a slovesnost, 60, 1999b, s. 283 – 292.
- Vaňková, I.: *Kognitivně-kulturní inspirace z Polska*. Slovo a slovesnost, 60, 1999a, s. 214 – 224.